

Emprendimiento

¿Cómo lograr que los emprendedores organizacionales conciban sus visiones desarrollando diferentes métodos investigativos?

Mónica Liliana Ramírez Álvarez
Rafael Cartay Angulo

6

¿Cómo lograr que los emprendedores organizacionales conciban sus visiones desarrollando diferentes métodos investigativos?

Mónica Lilliana Ramírez Álvarez*

Rafael Cartay Angulo**

PALABRAS CLAVE

DOFA, visión, métodos, problemáticas, interpretación de resultados

Resumen

Los emprendedores organizacionales cuentan con diferentes tipos de visiones y para cada uno de ellos, éstas pueden tomar diferentes significados. En general, unos consideran su visión como un objeto

a ser alcanzado; otros, como la capacidad de ver algo en el largo plazo; algunos, como algo imposible de alcanzar; y hasta existen quienes la ven como la simple copia del proceder del vecino.

KEY WORDS

DOFA, vision, methods, problematic, interpretation of results

Abstract

The organizational entrepreneurs possess different types of visions. For each one the visions can take different meanings. In general, some see like an object to be reached; others, as the aptitude to see

something in the long term; others, as something impossible of reaching and even exist whose see it as the simple copy of coming from the others.

* Especialista en Educación con Nuevas Tecnologías. Magíster en Administración. Diplôme universitaire en Sciences de la gestion. Candidata a Doctorado en Ciencias de Gestión. Docente investigadora del programa de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Integrante del grupo de investigación Dinámicas sectoriales.

** Doctor en Ciencias Sociales. Docente investigador del programa de Administración turística y hotelera de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Integrante del grupo de investigación Dinámicas sectoriales. mramirez2006@yahoo.com



Introducción

En la industria moderna, los gerentes se preocupan por lograr ventajas competitivas y por intentar disminuir los costos de trabajo, racionalizando las cadenas productivas para obtener economías de escala globales. La competitividad es uno de los temas de moda, con el fin de que la industria pueda dominar el mercado externo, formando alianzas estratégicas con las otras empresas para dominar el mercado.

Los dirigentes empresariales, y entre ellos los encargados de dirigir proyectos de turismo sostenible, deben tener un conocimiento preciso de los mercados, de los competidores y de los clientes, así como de los productos que ofrecerán; lo que constituye, en conjunto, el futuro de la empresa.

Ahora bien, ¿cómo se pueden concebir las visiones en los emprendedores? Los dirigentes empresariales se enfrentan a diversas situaciones, pero éstas nunca son totalmente idénticas, lo que requiere la introducción de la actividad inventiva y, en sí, de la innovación, utilizando métodos como la matriz DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas), para analizar la situación que vive la organización, estableciendo estrategias para poder enfrentar apropiadamente cada situación que se presenta.

Los emprendedores organizacionales, según Tennent y Friend (2008), para concebir sus visiones deben desarrollar un esquema que comprenda: presupuestos → tácticas → objetivos de

las unidades de planificación → objetivos empresariales → plan estratégico → misión → visión. Esta secuencia es la que se utiliza para la planificación de la industria. Cada vez que se desea obtener cambios o agregar nuevos productos y/o servicios, los administradores deben definir: ¿Cuál es la pregunta fundamental del negocio? ¿Qué se desea hacer? ¿Se debe lanzar un nuevo producto y/o servicio? ¿Cómo recopilar los datos? ¿Cómo conformar un equipo de trabajo para el desarrollo del nuevo modelo? ¿Cómo determinar el alcance y los objetivos de este proyecto? ¿Cómo desarrollar un nuevo plan de trabajo para conseguir el posicionamiento organizacional? Este esquema muestra la metodología apropiada para desarrollar un proyecto de trabajo.

Por otra parte, los métodos de prospectiva estratégica estudian el futuro en lo que se refiere a la evolución de los factores del entorno tecno-socio-económico y las interacciones entre estos factores. De esta manera, las organizaciones podrán desarrollar sus planes estratégicos con la seguridad de que se van a lograr los objetivos deseados a largo plazo. Las preguntas para preparar la acción son las siguientes: ¿Qué puede ocurrir? ¿Qué puedo hacer? ¿Qué voy hacer? ¿Cómo voy a hacerlo?

La anterior es la metodología estratégica aplicada por Marc Giget (1989) y consiste en volver a las fuentes sobre las raíces de las

La situación que viven los emprendedores organizacionales puede ser vista con problemas que, en la mayoría de los casos, carecen de soluciones predeterminadas

competencias, las fortalezas y debilidades de la empresa. Una técnica es el método Delphi, basado en la consulta a personas que tienen grandes conocimientos sobre el entorno en el que la organización desarrolla su labor. Estas personas exponen sus ideas y finalmente se redacta un informe donde indican cuáles son, en su opinión, las posibles alternativas que se tendrán en el futuro.

Cuando se desarrollan proyectos, uno de los mayores problemas a enfrentar es el de la incertidumbre, ya que así como pueden obtenerse resultados positivos, el proyecto también puede convertirse en un fracaso.

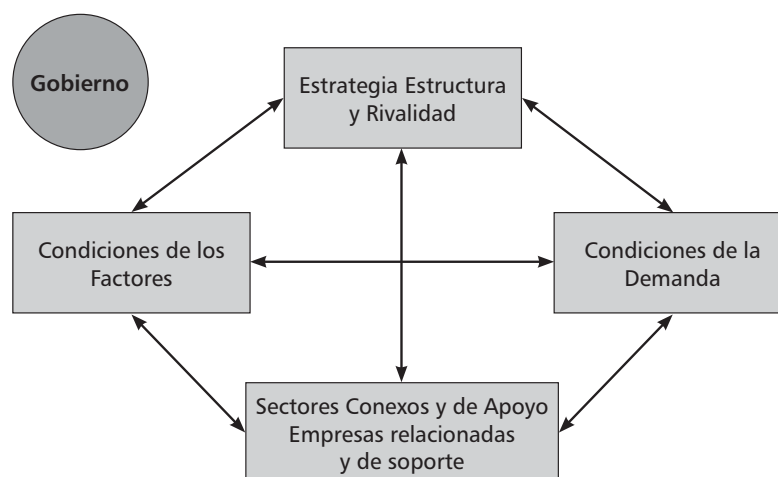
Según Tennent y Friend (2008), se debe planificar por escenario. La incertidumbre es la falta de comprensión, por ejemplo, de los mercados, los competidores, los clientes y los productos a ofrecer en el futuro. Según estos autores, para planificar por escenarios se deben seguir varias etapas:

- Etapa 1. Identificación de los datos de alto impacto y gran incertidumbre.
- Etapa 2. Identificación de rutas de desarrollo alternativas para los datos.
- Etapa 3. Selección de tres o, como máximo, cuatro escenarios informativos.
- Etapa 4. Desarrollo de las historias de los escenarios.
- Etapa 5. Desarrollo de la estrategia a seguir.

La situación que viven los emprendedores organizacionales puede ser vista con problemas que, en la mayoría de los casos, carecen de soluciones predeterminadas. Estas soluciones dependerán de la forma como se ha construido la situación y de la visión que se tenga del proyecto, lo cual servirá para la resolución del problema.

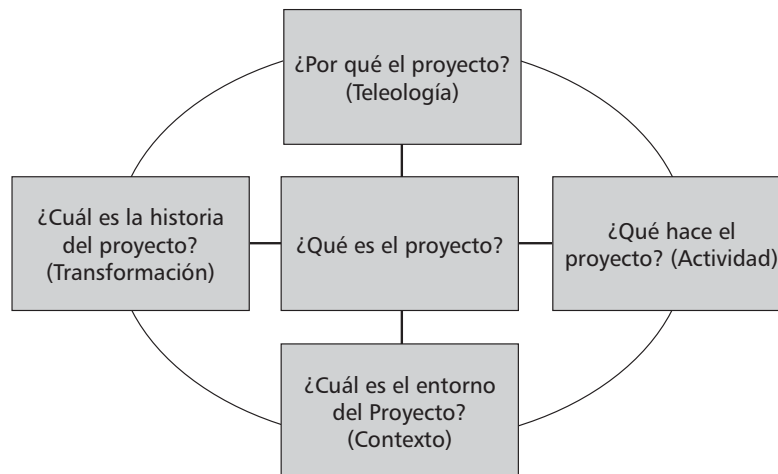
Porter (1990) intenta, con su diamante de competitividad, determinar las condiciones de los factores, de la demanda y de los sectores conexos y de apoyo, así como el desarrollo de estrategias, estructura y comprender la rivalidad existente entre las empresas. De esta manera se logra, según Porter (1980, 1987), establecer las ventajas competitivas en el mercado.

FIGURA 1. Diamante de competitividad



FUENTE: Porter, Michael (1990). La ventaja competitiva de las naciones.

FIGURA 2. Metodología de planificación



FUENTE: Schmitt, C. y López, C. (2009). Ayudar a los emprendedores a concebir su visión: propuesta de un método.

Cuando la visión es compartida entre los emprendedores organizacionales, como lo destaca Martinet (1993), “el actor debe mostrar esta forma de inteligencia que consiste más en formular y poner en claro un problema que en dar una solución en un mundo compartido”.

Una posible metodología en forma de interrogantes sería, según Schmitt y López (2009): ¿Qué es el proyecto?, ¿Por qué el proyecto? (teleología), ¿Qué hace el proyecto? (actividad), ¿Cuál es el entorno del proyecto? (contexto), ¿Cuál es la historia del proyecto? (transformación).

Conclusiones

El artículo se enfoca en mostrar una breve y general descripción de los diversos métodos que más comúnmente usan los emprendedores para identificar problemas, soluciones y planes de acción en las empresas. Extrapolando lo dicho, podemos concluir que cada emprendedor organizacional tiene su visión particular de la realidad y su forma de actuar frente al futuro de su propia empresa. Existen varios métodos y lo que debe hacer un emprendedor es buscar cuál de ellos es el que mejor se adapta a su pensamiento.

La reflexión es uno de los constituyentes que más contribuye al desarrollo de los emprendedores. Todos los métodos expuestos tienen como materia prima la reflexión, que en el artículo se hace a través de preguntas, y su desarrollo a cada una de ellas da la acción a seguir.

Referencias

- Giget, M. (1989). Arbres technologiques et arbres de compétences. Deux concepts à finalité distincte. *Futuribles*, 137, 32-38.
- Martinet, A. (1993) Une nouvelle approche de la stratégie. Introduction au dossier gérer la complexité. *Revue Française de Gestion*, 93, 62-63.
- Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. México: Compañía editorial continental.
- Porter, M. (1987). *Competitive Advantage. Creating and sustaining superior performance*. Boston: Harvard.
- Porter, M. (1980). *Estrategia Competitiva*. México: Grupo editorial Patria.
- Schmitt, C. & López, C. (2009, septiembre). *Ayudar a los emprendedores a concebir su visión: propuesta de un método*. Ponencia presentada en el Primer Congreso Internacional sobre la MIPYME, Pachuca, Hidalgo, México.
- Tennet, J., y Friend, G. (2008). *Cómo delinear un modelo de negocios*. Buenos Aires: Cuatro media.
- Watzlawick, P. (1998). Les prédictions qui se vérifient d'elles-mêmes. En Watzlawick, P. (coord.), *L'invention de la réalité, contribution au constructivisme* (pp.109-130) Paris: Seuil.